

Das Magazin für Nonprofit-
Management und -Marketing



ESV ERICH SCHMIDT VERLAG

Stiftungsfundraising 2025

Warum wir jetzt größer denken müssen

von Kathrin Succow (Murnau) und Joachim Sina (Aachen)

Seit 2016 gibt es unter dem Dach des Deutschen Fundraising Verbandes (DFRV) die Fachgruppe Stiftungsfundraising, die ihren Auftrag in der Qualifizierung und Weiterbildung, Lobbyarbeit sowie Netzwerkarbeit in der Fachwelt sieht. Stiftung meets Fundraising und umgekehrt. Noch vor Jahren zwei Welten, die kaum etwas gemeinsam hatten. Fundraising galt in der Stiftungswelt lange als eine Notwendigkeit nur für sog. Bettelstiftungen. Heute hingegen geht es darum, Mittel zu hebeln, Ressourcen zu optimieren und mit der eigenen Geschichte zu überzeugen.

Die Fachgruppe Stiftungsfundraising – ein Angebot des Deutschen Fundraising Verbandes

Die Fachgruppe Stiftungsfundraising beim DFRV e.V. – ein offenes Angebot an alle, die in und für Stiftungen Fundraising betreiben, die sich um die Einwerbung von Mitteln kümmern und dabei viel weiter denken, als nur das reine Handwerk zu sehen. Erfolgreiches Fundraising braucht strategisches Denken und hat viel mit dem öffentlichen Auftritt einer Stiftung zu tun. Fundraising ist ein Erfolgsfaktor für erfolgreiche Stiftungsarbeit. Das ist sicher kein Thema für die 5% deutscher Stiftungen mit einem Kapitalstock von über 2,5 Mio. €, wohl aber für die ca. 26.000 gemeinnützigen Stiftungen in Deutschland, deren Kapitalstock nicht annähernd so hoch ist. Wissenlich, dass die Zweckerfüllung einer Stiftung nur aus den Erträgen ihrer Vermögensanlage erfolgen kann. Das macht deutlich, welches große Potenzial im Stiftungsfundraising liegt – gerade und besonders jetzt, in Zeiten knapper werdender Kassen.

Seit 2022 verantworten Stefan Ludwigs von der Gütersloher Walter Blüchert Stiftung und ich die Geschicke der Fachgruppe Stiftungsfundraising. Neben dem einmal jährlich stattfindenden Fachtag gibt es seit 2024 Brownbag-Sessions, unkompliziert, online von Praktikern, für Praktiker, immer am letzten Freitag im Quartal um 12 Uhr.

Paneldiskussion beim Fachtag 2024 in der Kaiser-Wilhelm-Gedächtniskirche mit Dr. Sarah-Magdalena Kingreen, Tobias Karow und Kathrin Succow



© Leetke Succow

So haben bspw. die Deutsche Stiftung Denkmalschutz, die Stiftung Polytechnische Gesellschaft oder die Michael Succow Stiftung Einblicke in ihr Fundraising gegeben. Die Deutsche Kinder- und Jugendstiftung sowie die Strahlmann-Stiftung stehen noch 2025 auf dem Programm.

Die Fachtage finden live in Berlin-Mitte im Nicolaihaus, dem Sitz des DFRV, statt. Der Fachtag 2023 stand unter dem Motto Großspenden-Fundraising. Schon traditionell besuchen die Teilnehmenden am Vorabend eine Berliner Stiftung, so 2022 die Niederlassung der Berliner Bertelsmann Stiftung. Auf dem Fachtag 2024 ging es um Storytelling im Stiftungsfundraising. Das Programm am Vorabend gestaltete die Stiftung Kaiser-Wilhelm-Gedächtniskirche.

Vor uns liegt der Fachtag 2025, der am 13. und 14. November 2025 stattfinden und nachfolgend vorgestellt wird. Das Vorabendprogramm gestaltet die Stiftung Berliner Mauer.

„Fundraising ist kein Beiwerk – es ist der Motor für Wirkung“

Mit diesem Gedanken wird der Eröffnungstalk des Fachtags Stiftungsfundraising am 14. November 2025 im Nicolaihaus in Berlin starten. Bereits der Titel „3 Fragen an Gerit Reimann und Joachim Sina“ verrät: Wir wollen nicht theoretisieren, sondern auf den Punkt kommen. Was Stiftungen heute brauchen, sind nicht mehr nur gute Absichten, sondern tragfähige Finanzierungsstrategien, die den gesellschaftlichen Auftrag langfristig sichern.

Moderiert von der Stiftungs-Allrounderin Kathrin Succow wird der Fachtag zwei Tage lang zeigen, wie das geht – praxisnah, strategisch, inspirierend. Im Eröffnungsgespräch geht es v. a. um eines: die Haltung, mit der wir als Stiftungen auf Fundraising schauen. Und darum, warum diese Haltung über Erfolg oder Stillstand entscheidet.

Fundraising: vom Stiefkind zum strategischen Kern

Zu viele Stiftungen starten noch immer mit der Hoffnung, dass Zinsen, Mieterträge oder ein einmalig eingezahltes Stiftungskapital reichen, um dauerhaft Wirkung zu entfalten. Doch die Realität sieht anders aus:

- Niedrigzinsphasen, volatile Kapitalmärkte und steigende gesellschaftliche Bedarfe lassen die Lücke zwischen verfügbaren Mitteln und wirkungsorientierten Projekten immer größer werden.
- Der Wettbewerb um Spenden ist hoch – nicht nur zwischen Stiftungen, sondern auch mit rund 600.000 Vereinen und unzähligen NGOs.

Das bedeutet: Wer nicht aktiv Fundraising betreibt, überlässt den Erfolg seiner Projekte dem Zufall. Dabei ist Fundraising keine „Bettelei“, sondern eine wertebasierte Form der Kommunikation. Es ist das unternehmerische

Instrument, um Partner, Unterstützer und Multiplikatoren für ein gemeinsames Ziel zu gewinnen – und damit die eigene Wirkung zu vervielfachen. Und Fundraising ist auch das Instrument mit der höchsten Wirksamkeit, wenn es darum geht, Menschen an der Arbeit und den Zielen der Stiftung zu beteiligen, sie näher heranzuholen und maximale Identifikation zu schaffen.

Was erfolgreiche Stiftungen anders machen

Erfolgreiche Stiftungen betrachten Fundraising nicht als Kostenfaktor, sondern als Investition in ihre Zukunftsfähigkeit. Drei Prinzipien sind entscheidend:

1. Früh anfangen – Fundraising gehört von der ersten Stunde an in die Stiftungsstrategie.
2. Professionalisieren – Fundraising erfordert Kompetenz, klare Ziele, messbare Ergebnisse.
3. Verzahnen – Stiftung, Kommunikation und Fundraising arbeiten nicht nebeneinander, sondern als integriertes System.

Wer diese Prinzipien beherzigt, erlebt denselben Effekt wie viele Stiftungen, die konsequent auf Fundraising setzen: Das ursprüngliche Startkapital wird durch eingeworbene Mittel vervielfacht – und damit auch die gesellschaftliche Wirkung.

Haltung schlägt Methode

Im Eröffnungstalk wird v. a. die Frage beleuchtet werden: Welche innere Haltung brauchen wir, um als Stiftung erfolgreich Mittel einzuwerben?

Die Erfahrung aus über zwei Jahrzehnten im Stiftungsfundraising zeigt:

- Wer Fundraising als „Notlösung“ betrachtet, wird weder intern noch extern Begeisterung entfachen.
- Wer es als strategischen Kernauftrag versteht, setzt automatisch andere Prioritäten – und schafft Strukturen, die Wirkung absichern.
- Wer Fundraising in die DNA der Stiftung integriert, kann auch in Krisenzeiten handlungsfähig bleiben.

Diese Haltung ist nicht nur eine Frage der Geschäftsführung oder des Vorstands. Sie muss in der gesamten Organisation verankert werden – vom Kuratorium bis zu den Projektteams.

Warum Fundraising Chefsache ist

Eine Stiftung ist kein „Beiboot“ eines Unternehmens oder einer Familie. Sie ist ein eigenständiger Akteur mit klarer Mission. Das bedeutet: Fundraising darf nicht an eine Einzelperson delegiert werden, während der Vorstand das Thema „nebenbei“ mitlaufen lässt.

Die erfolgreichsten Stiftungen haben jene Vorstände und Geschäftsführer, die sich selbst aktiv in das Fundraising einbringen – sei es in Gesprächen mit potenziellen Großspendern, auf Veranstaltungen oder in strategischen Partnerschaften.

Geschichten, die Geld bewegen

Stiftungen haben einen unschätzbaren Vorteil: Sie sind reich an authentischen Geschichten – über ihre Stifterpersönlichkeit, ihre Projekte, ihre Wirkung.

Doch Geschichten entfalten nur dann ihre Kraft, wenn sie erzählt werden. Fundraising heißt, diese Geschichten gezielt zu nutzen, um Menschen emotional und rational zu gewinnen. Das ist kein „Add-on“, sondern Kernaufgabe jeder Stiftungskommunikation.

Der Fachtag als Impulsgeber

Der Fachtag Stiftungsfundraising 2025 bietet den perfekten Rahmen, um diese Themen gemeinsam zu vertiefen und möglichst Perspektivwechsel auszulösen:

- Wie setzen wir Fundraising als strategisches Steuerungsinstrument ein?
- Wie schaffen wir interne Strukturen, die Wirkung absichern?
- Wie gewinnen wir Unterstützer, die langfristig bleiben?

Fundraising ist für Stiftungen kein „Nice-to-have“, sondern die zentrale Brücke zwischen Auftrag und Umsetzung. Wer heute größer denkt, investiert nicht nur in seine Projekte, sondern in die Stabilität seiner Mission. Der Fachtag ist die Gelegenheit, diese Perspektive zu schärfen – und den eigenen Werkzeugkasten zu füllen.

Kurz & Knapp

Stiftungen brauchen heute mehr denn je strategisches Fundraising, um ihre Mission nachhaltig zu sichern. Im Eröffnungstalk des Fachtags Stiftungsfundraising 2025 diskutieren Gerit Reimann und Joachim Sina, warum Haltung, Professionalisierung und strategische Verzahnung entscheidend sind. Fundraising ist keine Bettelei, sondern unternehmerische Kommunikation – und Chefsache. Der Fachtag liefert die Impulse, um aus guten Absichten wirkungsvolle Strategien zu machen. ■

Zum Thema

Fachtag Stiftungsfundraising „Stiftungsfundraising aktuell: Synergien schaffen – Wirkung verstärken!“ am 13. und 14.11.2025 in Berlin

Weitere Infos und Anmeldung unter www.dfrv.de/fachtag-stiftung2025/



© privat

Joachim Sina ist Gründer und Geschäftsführer der Fundraising-Agentur GRÜN Alpha und berät Stiftungen und NGOs im strategischen Fundraising. Mit 35 Jahren Berufserfahrung zählt er zu den ausgewiesenen Experten im dritten Sektor und ist gefragter Gesprächspartner auf Podien sowie als Impulsredner tätig.

kontakt@gruenalpha.net
www.gruenalpha.net



© Vreni Abtes

Kathrin Succow ist Vorsitzende des Stiftungsrates der Michael Succow Stiftung, engagiert für Deutsche Naturfilmstiftung, Stiftung Schlossmuseum Blauer Reiter und Deutsche Kleiderstiftung. Freie Stiftungsexpertin, Moderatorin und Veranstaltungsdesignerin für Stiftungen. Geburtshelferin zahlreicher Stiftungen und

Mitbegründerin mehrerer Stiftungsnetzwerke in Ost und West.
info@kathrin-succow.de
www.kathrin-succow.de